

主动与共情：新冠疫情中的舆情引导与应对

王军红

西南政法大学，重庆市，401120

摘要：本文对新冠肺炎疫情期间舆情的走向以及舆情的处置与应对进行了回望和反思。疫情期间的舆情分为前期和后期两个阶段，舆情主要以涉及公权力的负面舆情为主，公众参与的积极性高，舆情多次引发社会讨论和反思。文章认为，及时回应舆情有助于稳定社会公众情绪、把握国际舆论场的主动权。随着媒介时代的变化，舆情应对的策略需要与时俱进，舆情引导的初级阶段是舆情部门及时做好舆情分析，信息发布单位适时公布信息，主流媒体主动加强议程设置，积极引导舆论，而强化显政思维、做好公众层面的共情传播则是舆情处置的高级阶段。

关键词：舆情治理；显政思维；共情传播

中图分类号： G210

文献标识码： A

引言

2019年末，突如其来的新冠肺炎疫情不仅冲击着国内的经济社会秩序，也对国际政治秩序、经济秩序产生巨大的冲击。新冠疫情是新中国成立以来发生的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件。¹由于疫情突发且罕见，疫情防控初期由疫情引发的舆情风波持续不断。不同于2003年SARS时期以传统媒体为主的媒介环境，如今中国的媒介环境已经发生了许多变化。中国的网民数量以及媒介参与意识明显提高，新媒体平台在分解着传统媒体的话语主导权，复杂的媒介环境对于舆情处置工作是一个挑战。通过回顾新冠肺炎疫情期间舆情的基本情况，有助于进一步认识及时回应舆情的重要性，让舆情处置工作更加科学化、规范化。

一、新冠疫情期间的舆情走向

（一）舆情的两个发展阶段

新冠肺炎疫情期间，由疫情引发的舆情大致可以分为两个阶段，两个阶段以国家援鄂医疗队进驻湖北以及火神山、雷神山医院的建设作为分界点。

疫情初期，由于武汉市一些部门和单位没有及时认识到不明原因肺炎的严重性，也未能及时上报并做好前期的防疫准备工作。同时，湖北当地媒体对于不明原因肺炎也没有深入调查，并作出全面、准确的报道，未尽好媒体的责任。前期的不作为累积了公众的不满情绪，在间接上也引发武汉红十字医院事件、李文亮事件、艾芬事件、湖北领导发布会失言事件等舆情的大爆发。这一阶段，主流媒体集体失语，新媒体平台和市场化媒体表现活跃，舆情处置工作比较被动。

¹ 新华社：《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书，发布日期2020年6月7日。

2020年2月3日,中央指导组从全国调集22支国家紧急医疗队前往湖北,并且在武汉市建设方舱医院。²这是疫情期间舆情工作由被动转向主动的重要节点,在这一时间点后,各大主流媒体通过对“两神山”医院的建设、各省市医疗队援鄂故事、国外疫情走势进行专题报道,主动设置议题,展现中国抗疫的速度和决心,积极引导国内外舆论,牢牢掌握舆情引导的主动权。这一阶段,国内疫情防控工作逐渐步入正轨,防控成果开始显现,主流媒体积极设置议题引导舆论走向,增强了民众对于疫情防控必将取得胜利的信心,坚信在党中央的坚强领导下一定能够战胜疫情。

(二) 舆情的基本特点

1. 舆情以涉及公权力的负面事件为主

疫情初期,由于武汉市中心医院、武汉市卫健委以及湖北一些涉及公权力的部门在工作中频频出错,多次引发舆论质疑。尤其是湖北省红十字会、武汉市红十字会因紧缺医疗物资的分配效率和公平性的问题引发全网对红十字会的质疑和声讨,甚至在武汉市医疗资源极度紧缺,很多医护人员都分配不到医疗物资的情况下,一辆车牌号为鄂A0260W的男子(自称某单位领导的司机)在未经任何手续的情况下直接从武汉市红十字会的仓库提走一箱3M口罩,这一举动也激怒了公众的不满情绪。此外,在1月23日武汉封城之后,仍然有一些人想尽各种“办法”离开武汉,比如“武汉发热女子出城进北京”就成为2月24日热门话题,这些现象也引起有关部门的重视并及时跟进调查。

在经历武汉封城前后的变化后,2月7日凌晨,“吹哨人”李文亮医生由于感染新冠肺炎医治无效离世,这一事件激发了公众累积已久的不满情绪,公众通过各种平台悼念李文亮医生,当晚网络舆论井喷。从舆情整体上看,这一阶段的舆情以涉及公权力的负面事件为主。

2. 公众的媒介参与推动舆情事件发酵

随着媒介技术的发展,公众有进行媒介参与的条件。2003年SARS时期是传统媒体主导的媒介环境,当时公众进行公共讨论的渠道和途径比较少,而如今媒介技术的进步则为公众的媒介参与提供了条件。近几年,随着4G、5G技术的发展以及智能手机的大规模普及,中国的网民数量大幅提高,截至2020年12月,我国手机网民规模为9.86亿,网民中使用手机上网的比例为99.7%。³媒介技术的进步为公众进行意见表达提供了物质载体,而以微博、微信、抖音、快手等为代表的各种新媒体平台则为公众的意见表达提供了公共空间。同时,疫情发生期间正值中国农历春节,中国社会进行了超常规的社会隔离,这种强效的隔离不仅有效阻止了疫情的传播,也让公众有充足的时间进行媒介参与活动。公众参与社会热点事件讨论的积极性高,一定程度上推动了舆情事件的发酵。

公众媒介参与的积极性高,但是媒介素养的参差不齐也导致疫情期间谣言多、传播速度快。疫情前期,由于主流媒体引导不力,在新媒体平台中真相与谣言并存,公众难以在海量的信息中辨别是非真假,信息的不准确导致谣言的滋生和传播。比如,“双黄连可以治愈新冠病毒引发双黄连抢购潮、武汉病毒所是新冠病毒的源头……”由于公众处于各种猜测、质疑、谣言之中,这种负面的公共空间对民众的认知、心态和情绪产生了一定的负面影响。

² 新华社:《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书,发布日期2020年6月7日。

³ CNNIC:《第47次中国互联网络发展状况统计报告》,发布日期2021年2月3日。

3. 舆情多次引发社会讨论和反思

新冠疫情引发公众对于个体、社会、政治、国际情势等方面的反思。

舆情引发对重大疫情上报机制和信息公开制度的反思。武汉不明原因肺炎发现之初，武汉市卫健委和武汉市疾控中心没有给予足够重视，而且出于“社会稳定”因素隐瞒肺炎的实际情况，在国家有关专家实地调研时也没有给予准确的感染数据，导致专家对疫情形势做出“没有人传人现象”的误判，耽误了疫情防控的最佳时机，引发了社会对于重大疫情上报机制的反思。此外，在2003年SARS之后，我国建立了信息公开制度，但是该制度在新冠疫情初期未能够及时发挥作用，也需要进一步完善。

舆情引发对物资储备体系不够完善的反思。由于前期医院的医疗物资储备不足，而疫情初期又正值春节，工厂放假导致医疗资源极度紧张，医疗资源难以及时供应致使许多医护人员由于缺乏有效的保护措施而被感染，这一现象引发社会对于物资储备不足的反思。

二、及时回应舆情的重要性

（一）国内：稳定社会公众情绪

舆情是社会的皮肤，是公众情绪的反映。舆情安全属于意识形态安全的一部分，而意识形态安全又是国家安全的重要组成部分，因此要防范国内外势力借着疫情去操纵舆情。由于舆情大多涉及公权力，而且以负面事件为主，因此必须牢牢掌握舆情的主动权。及时回应舆情能够及时澄清谣言，稳定公众的情绪。

（二）国际：把握国际话语权的主动性

在武汉不明原因肺炎发现之初，我国台湾地区的一些媒体将其称之为“武汉肺炎”，这种带有明显地域歧视的叫法是不符合国际道义的，但是这一叫法在国际上持续了很长一段时间，负面影响很大。在国际话语权仍然是西强我弱的情况下，在重大舆情发生时，我们必须及时进行解释和说明，把握在国际舆论场话语权的主动性。

三、主动与共情：舆情应对的两种路径

（一）舆情应对的初阶——主动做好舆论引导工作

1. 舆情部门及时做好舆情分析，依法适时发布信息

在舆情发生之前，舆情部门应该提前建立完善的舆情应急预案，建立网络舆情指标体系。网络舆情指标体系的设立能够让网络舆情信息判断更加客观，并以此作为采取预警、响应措施以及决策应对的判断依据。舆情评价指标体系包括舆情发布指标、舆情要素指标、舆情受众指标、舆情传播指标以及区域和谐度指标。⁴在舆情发生后，舆情部门要及时做好舆情分析，根据事件的严重程度确定预警等级，采取对应措施。

2. 主流媒体主动设置议题，积极引导舆论

提高话语权是媒介融合的主要目标之一，媒体通过融合真正发挥社会监督、社会预警的功能。疫情前期主流媒体表现不佳，主流媒体的“失语”导致流言滋生，社会恐慌情绪蔓

⁴ 谈国新, 方一: 突发公共事件网络舆情监测指标体系研究, 载《华中师范大学学报(人文社会科学版)》2010年第03期, 第66-70页。

延，舆情处置工作比较被动。在疫情中后期，主流媒体通过积极设置议题来重新掌握舆论引导的主导权，比如报道援鄂医疗队的事迹、火神山和雷神山医院的“云监工”、赴鄂医疗队英雄回家等议题。

主流媒体应该在寻找同理心、富有亲润感、能够批评和自我批评等方面着力提升传播艺术。面对重大舆情，主流媒体不能退缩，而应该主动出击，牢牢掌握舆论引导的主动权。

（二）舆情应对的进阶——进一步做好本职工作

1. 强化显政思维，扎实做好工作

习近平总书记在应对新冠肺炎疫情工作的会议中强调，要强化显政思维。显政是让群众看到政府正在做什么，不回避矛盾，强调相对公开透明的信息机制。疫情让党和政府的大量工作从“幕后”走向“台前”，这种从“隐”到“显”也稳定了社会情绪，坚定必胜的信心。当然，要做到这些政府部门必须要有作为，脚踏实地工作，切实回应公众关切，让群众看到实实在在的政策和举措，这是舆情引导的基础。同时，对于部分单位和干部的不作为也要坚决曝光，增强政府的公信力。

2. 做好公众层面的共情传播，及时回应公众关切

好的新闻发布会不应该是简单的信息传达，而应该引起公众的情感共鸣。新冠疫情期间，美国政府抗疫表现并不好，但是美国纽约州模式化的新闻发布会却成为关注的焦点。纽约州的新闻发布会除了通过详细的数字呈现显示政府对疫情的全面掌握之外，很重要的一点就是做到了共情式的解惑，表现官员与民众相同的处境。

纽约州州长用共情式的提问方式来表达自己的感受，比如“我希望每个家庭都知道逝去的人在我們的记忆和祈祷中，我们很难过，他们不得不经历这些，我想让他们知道，纽约人竭尽所能，为亲人挽救生命……”。同时，强调苦难中的乐观，强调疫情中的人性力量，比如“看意大利发生了什么，他们的医疗体系如何不堪重负，而这些也可能会在我们这里发生，这是一个黑暗时刻。当事情处在最糟糕时，你可以看到善、恶和丑陋。当人们处于压力之下，你会看到人的本质，一些人会伤你的心，你对其满怀期望的人会让你失望，你对其无所期待的人会让人感受到力量与韧性，这就是一种鼓舞。”

纽约州的新闻发布会受到认可，很大一部分原因是做到了公众层面的共情传播，向民众传达一种政府与人民同在的理念。

结语

舆情工作是意识形态安全领域的一项重要工作，舆情在一定程度上是民意的反映。因此，做好舆情工作就是做好群众工作，做好舆情工作也是国家治理体系和治理能力现代化的要求。随着时代的不断发展，舆情工作应该与时俱进，除了做好舆情分析、舆论引导等工作之外，更要在舆情处理中体现人文关怀，做好公众层面的共情传播，及时回应公众关切。

参考文献

- [1] 刘俊: 突发公共事件中的“传播艺术”提升论要: 信息与舆情——基于武汉新冠肺炎疫情的示例, 载《现代视听》2020年第02期。
- [2] 沈正赋: 突发公共事件的危机管理、舆情应对和共情传播——基于新冠肺炎疫情的检视与思考, 载《对外传播》2020年第02期。
- [3] 李家林: 疫情、舆情与民情——从新冠肺炎疫情看突发事件的危机处置与引导, 载《新闻世界》2020年第04期。
- [4] 李洋: 从当前国际舆论环境看国际传播着力点——基于对新冠肺炎疫情期间海外舆情的分析, 载《对外传播》2020年第04期。
- [5] 杨顺昌: 新冠肺炎疫情防控中舆情治理的显政思维, 载《齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版)》2020年第04期。
- [6] 褚建勋, 李佳柔, 马晋: 基于云合数据的新冠肺炎疫情应急科普大数据分析, 载《科普研究》2020年第02期。
- [7] 张刚, 梁云鹤: 新冠肺炎疫情的三类网络舆情划分与分析, 载《兰州文理学院学报(社会科学版)》2020年第03期。
- [8] 齐佳音, 方滨兴: 重大突发事件中网络舆情引导及治理研究——以新型冠状病毒肺炎疫情为例, 载《上海对外经贸大学学报》2020年第03期。
- [9] 谈国新, 方一: 突发公共事件网络舆情监测指标体系研究, 载《华中师范大学学报(人文社会科学版)》2010年第03期。

Initiative and Empathy: Guidance and response of public opinion in COVID-19

Wang Junhong

(Southwest University of Political Science & Law, Chongqing, 401120)

Abstract: This article reviews and reflects on the trend of public opinion during the COVID-19 and the handling and response of public opinion. Public opinion during the epidemic period is divided into two stages: the early stage and the later stage. The public opinion is mainly negative public opinion involving public power. The public has a high enthusiasm for participation, and public opinion has repeatedly triggered social discussions and reflections. The article believes that responding to public opinion in a timely manner will help stabilize public sentiment and grasp the initiative of the international public opinion field. With the change of the media age, strategies for responding to public opinion need to keep pace with the times. The initial stage of public opinion guidance is that the public opinion department does a timely public opinion analysis, the information release unit announces information in a timely manner, and the mainstream media actively strengthens the agenda setting and actively guides public opinion. Strengthening political thinking and promoting empathy at the public level are the advanced stages of public opinion handling.

Keywords: governance of public opinion; political thinking; empathy communication

作者简介: 王军红, 西南政法大学新闻传播学院2019级新闻学硕士研究生, 主要研究方向为法治新闻、媒介知识产权, 网络舆论与舆情治理。